

Kommunikation, Internet, Bildende Kunst und Fremdsprachenunterricht – eine Momentaufnahme

Jörg Wormer

1 Von der Macht des Bildes

Schließt sich in unserer Zeit ein Kreis, der in der Vorgeschichte mit überwiegender Bildlichkeit begann, welche zwischenzeitlich abgelöst schien durch eine Vorherrschaft des Textes, um heute in eine kosmopolitische Bilderwelt zu münden? Kühnheit des Gedankens oder banale globale Wahrheit angesichts der Verbreitung uniformer Zeichen für Trinken, Essen und Weitergabe von Wissen – Cola, McDonalds, Diagramme? Die heutige Bilderwelt lässt sich, wie im Folgenden zu sehen sein wird, leicht ganz anders fokussieren als auf die Zeichen für Cola und McDonalds, und die Diagramme der Wissensvermittler (kein Kongress, keine Präsentation weltweit, die ohne Diagramme arbeiteten) sind schließlich nur die teilweise bildliche Zusammenfassung von Information und Erkenntnis, allein, es bleibt festzuhalten: Dem Wort, mehr noch dem Text bleibt überwiegend (und vor allem über Sprach- und Kulturgrenzen hinaus) versagt, was mittels des Bildzeichens eher zu gelingen scheint: die weltweite Verbreitung von Ideen und Informationen als Formen einseitiger Kommunikation. Das Diagramm ist dabei bereiteter Beleg für das Gesagte: als Baumdiagramm z.B. gibt es über Bildzeichen Zusammenhänge zu verstehen (Stamm, Verästelungen etc.), während die Beschriftung der Bildzeichen mit Worten beim Überschreiten von Sprachgrenzen Übersetzung erfordert. Sieg des Bildes über das Wort also auf der ganzen Linie, wenn es um die Erfordernisse heutiger interkultureller Kommunikation im In- und Ausland geht? Für unsere Überlegungen zu interkultureller Kommunikation, Internet und Bildender Kunst gilt es dieser Frage weniger in der Perspektive einseitiger Kommunikation („Always Coke“ als Aufforderung des Herstellers) als in der „Normalperspektive“ wechselseitiger, also zwei- bzw. mehrseitiger Kommunikation und im Kommunikationsverständnis des Alltags nachzugehen. Den Bildern und mit ihnen verbundener interkultureller Kommunikation und Bildender Kunst im Internet, auch hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten im Fremdsprachenunterricht, wird unsere besondere Aufmerksamkeit gelten.

2 Wirklicher als die Wirklichkeit

Der Anteil interkultureller Kommunikation, der die besonderen Vorzüge des Internet, insbesondere dessen Geschwindigkeit der Informationsübermittlung und damit letztlich eine alternative Organisationsform des Wissenstransfers, für sich nutzt, steigt ständig. In einer veränderten Pragmatik intellektueller und gestalterischer Tätigkeit nimmt der Textumfang erheblich ab, wohingegen der Bereich Bild markant zunimmt. Ergebnisse der Forschung lassen eine visuelle Zeitenwende ahnen; das Bild und weniger das Wort entscheidet, wenn der Mensch Wahrgenommenes als wahr nehmen soll, dem Augenschein kam und kommt hohe Glaubwürdigkeit zu. Aussagen wie „sich ein Bild machen“, „sich eine Meinung bilden“, „etwas mit eigenen Augen sehen“, „etwas in Augenschein nehmen“, „im Bilde sein“, „ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ sind in den Volksmund eingegangene Elemente, die die

Macht des Bildes nachdrücklich und fortdauernd bestätigen und die ihrerseits heute von der Erforschung der Informationsverarbeitung bestätigt werden. Auch insofern kommt der Bildinformation und dem kommunikativen Handeln mit und über Bilder eine immer größere Bedeutung zu: „Bilder sind prägnant, entschieden und bleibend, und sei es durch ihre Reproduzierbarkeit.“ Gernot Böhme (Ist die Realität wirklich? *Neue Zürcher Zeitung*, 19.5.2001, S. 59) stellt die Bilderwelt über das reale Leben, welches „zwar reicher an Möglichkeiten als die Welt der Bilder (ist), aber es bleibt weitgehend latent, ist stets unentschieden und wesentlich unbestimmt. ... Da ist es kein Wunder, dass viele Menschen ihr Leben erst als wirklich erfahren, wenn es photographisch festgehalten ... ist.“ (Ebenda S. 59) Böhme spricht von dem „emotionalen Leben in Bilderwelten“ und einer „Steigerung des Lebens durch Verbildlichung“. Quasi antipodisch hebt Florian Coulmas hingegen in der Perspektive reiner Schriftlichkeit auf die „Möglichkeiten des weltweiten schriftlichen Austausches“ durch das Internet ab (Der Westen auf dem Siegeszug? Das Internet wirft die Frage nach einer Universalschrift auf, *Neue Zürcher Zeitung*, 22.4.2002).

-2-

3 Zu den Begriffen

Bevor wir uns mit Einzelheiten unserer Bilderwelt in verschiedenen Ausformungen interkultureller Kommunikation befassen, sollen minimale definitorische Vorklärungen für diesen Beitrag erfolgen. **Interkulturelle Kommunikation** sei umfassend verstanden als das gesamte Verständigungshandeln von Menschen innerhalb und außerhalb der eigenen Kultur. Ein solches Verständnis mag zunächst zu stark vereinfacht anmuten, verzichtet es doch auf die Differenzierung in intra- und interkulturelles kommunikatives Handeln. Dieser Verzicht kann indessen für sich beanspruchen, gerade das Ergebnis ausgesprochener Wirklichkeitsnähe zu sein. Folgende Überlegung mag dies verdeutlichen. Kultur beginnt nicht erst bei Staatlichkeit und Nationalität, Kultur in einem weiten Sinn beginnt in der kleinsten gesellschaftlichen Einheit, in Partnerschaft und Familie. Und bereits hier, bei der Bildung dieser Einheiten, treffen Kulturen aufeinander, indem sich nämlich Familien mit unterschiedlichen Erfahrungshintergründen und Handlungsprinzipien begegnen. Diese Tatsache anerkennen heißt Interkulturalität im Eigenen ansiedeln. Diese Interkulturalität setzt sich fort in schulischer und sonstiger gesellschaftlicher Begegnung. Die Plurikulturalität unserer zeitgenössischen Gesellschaft in Familie, Schule, Arbeit und Freizeit ist unbestritten, allein der Fokus interkultureller Kommunikation liegt gegenwärtig in einem Ansatz, der vom Gedanken des Auslands geprägt ist und den Bereich der Begegnung von Menschen unterschiedlicher Staatsangehörigkeit und Nationalität thematisiert. Dieser Fokus macht in unserer Betrachtung dem Gesagten zufolge das dritte Element aus neben der Multikulturalität des Eigenen und der Plurikulturalität der zeitgenössischen Gesellschaften. Interkulturelle Kommunikation hier also verstanden als die Gesamtheit des auf Verständigung zwischen Kulturen gerichteten Alltagshandelns. Bestandteil dieses Alltagshandelns ist das sprachliche Handeln, das multimedial über das Internet geschieht.

Der Begriff **Internet** bezeichnet eine potentiell weltweit und grenzenlos funktionierende Kommunikationsplattform, zu welcher Zugang hat, wer eine technische Apparatur, PC oder Mac, mit (häufig noch) telefonischem Zugang zum Netz nutzen kann. Die leitende Idee der

Internetgründer war die grenzen- und institutionslose Kommunikationsmöglichkeit und der möglichst kostengünstige Informations- und Wissensaustausch zwischen Menschen weltweit. Von der Gründungsidee her betrachtet kann die Leistung des Internet nicht hoch genug eingeschätzt werden, selbst wenn es heute hauptsächlich als ein Marktplatz der Globalität wahrgenommen wird. Unsere Betrachtung zielt denn auch überwiegend auf die Kommunikations- und Austauschmöglichkeiten in diesem frühen aufklärerischen Verständnis des Internet.

-3-

Bleiben die Bildende Kunst sowie der Fremdsprachenunterricht definitorisch vorzuklären. In einem weiten Verständnis (erweiterter Kunstbegriff) gehören alle Ausdrucksformen, Gegenstände und Aktionen, die mit einem künstlerischen Anerkennungsstreben, einem eigenen Kunstbegehren, materiell oder immateriell (im Internet: virtuell) in Erscheinung treten, von (durchaus unterschiedlicher) Dauer sind und von Menschen als Kunst wahrgenommen werden, zur **Bildenden Kunst**.

Fremdsprachenunterricht schließlich sei das mit dem Ziel einer Befähigung zu vielfältigem Verständigungshandeln vorgenommene, methodische, situationsflexibel vorgehende Vermitteln von anderen Sprachen als der Muttersprache und deren Kultur (was in diesem Verständnis auch für den Zweitsprachenunterricht gelten möge) in reflektierter Begegnung und bewusster Auseinandersetzung mit dem Eigenen und der Muttersprache.

4 Begegnung, Buch, Bildschirm

Was aber sind nun die Wechselbeziehungen zwischen interkultureller Kommunikation, Internet und Bildender Kunst, und welche Potentiale bietet die Multimediawelt für einen situativ-kontextuell flexiblen Fremdsprachenunterricht, der sich weiterhin auch der Wissensvermittlung verpflichtet fühlt? Auf den ersten Blick könnte es Gegensätzlicheres kaum geben: Interkulturelle Kommunikation lebt förmlich vom zwischenmenschlichen Austausch, das Internet wiederum reduziert die menschliche Begegnung auf technisierten Austausch, und die Begegnung mit Kunst scheint, derart auf technische Reproduktion zurückgeführt wie im Internet, auch nicht eben verheißungsvoll. Trotzdem steigt der Anteil interkultureller Kommunikation via Internet kontinuierlich. Dies kann nur geschehen, wenn Menschen in dieser Kommunikationsform Vorteile sehen bzw. wenn Institutionen diese Kommunikationsform der Hochtechnologie fördern. Beides ist der Fall. Wollen zum einen die Internetgründer den schnellen und grundsätzlich kostenfreien Gedanken- und Wissensaustausch zum puren Nutzen wissenschaftlicher Erkenntnis und damit wissenschaftlichen Fortschritts, so sehen zum anderen staatliche Institutionen in der Informationstechnologie einen zentralen zukunftsichernden volkswirtschaftlichen Faktor und fördern dementsprechend mittels ihrer Bildungssysteme den Umgang der Menschen mit Informations- und Kommunikationsmedien (unterschiedlich je nach Land) ab der Grundschule. Die Bildungsinstitutionen erfreuen sich bei diesem Bemühen übrigens massiver Unterstützung seitens der Wirtschaft, die durch Programme wie „Schulen ans Netz“ Computer, Software und Internetanschlüsse bereitstellt. Durch parallele Lehrerfortbildung

kann somit der Weg zur Informationsgesellschaft, zur Wissensgesellschaft beschriftet werden. Die zukünftige Gesellschaft wird als Wissensgesellschaft eine Gesellschaft der Wissensvermittlung und des Wissensaustauschs über Begegnung, Buch und Bildschirm sein. Der bisher dominierende Anteil des Buches wird dabei in einem gewissen Maße zurückgehen, das Buch wird aber keineswegs, wie bisweilen befürchtet, von der Bildschirminformation verdrängt werden. Informationen von dauerhaftem Wert (z.B. aus Philosophie, Literatur, Kunst, Gesellschaftswissenschaften) werden weiterhin in Buchform präsent sein, aktuelle Informationen, die kurzfristig immer wieder ergänzt bzw. überholt werden, werden, der Natur der Sache angemessen, überwiegend über Bildschirm vorgehalten und abgerufen. Dies gilt analog für alles beruflich zu nutzende Wissen und die damit verbundene interkulturelle Kommunikation. Gleichwohl bleibt festzuhalten: Interkulturelle Kommunikation war und ist aber immer beides: die unmittelbare menschliche Begegnung und die indirekte Begegnung über Bild und Wort. Sie kann heute multimedial, z.B. mittels Videokonferenz, auch menschliche Begegnung und Gespräch von Angesicht zu Angesicht über kontinentale Grenzen hinweg sein. Das Internet-Videogespräch und die Kommunikation im Internet via Bild und Wort erweitern also die Möglichkeiten menschlicher Verständigung erheblich.

-4-

5 Internet konkret: Eine Welt und doch zwei Welten

Wird die weltgesellschaftliche Zukunft also absehbar geprägt sein von Begegnung, Buch und Bildschirm, so bleibt darzulegen, wie die netzbasierte interkulturelle Kommunikation der Gegenwart konkret aussieht. Und hier zeigt sich bei nüchterner Betrachtung, dass vieles noch Postulat und Willensbekundung ist. In einem hoch entwickelten Land wie z.B. Frankreich, welches wie kaum ein anderes auf seine Kultur und Tradition Wert legt, erfreut sich einer vom französischen Wirtschaftsministerium in Auftrag gegebenen empirischen Studie vom Mai 2001 zufolge (*Le Figaro*, 21.8.01, S. 1, *Le Figaro économie*, 21.8.01, S. I u. III) das Internet als Kulturmedium keiner besonderen Wertschätzung. Die Studie mit dem beziehungsreichen Titel „L’Internet: Les Français se hâtent lentement“ (Internet: Die Franzosen eilen mit Weile) bringt an den Tag, dass lediglich 20% der französischen Haushalte an das Internet angeschlossen sind (sechs Millionen aktive private Anschlüsse) und mehr als die Hälfte einen Internetanschluss sogar ausschließt. Großbritannien hat im Vergleich dazu einen Anteil von 37% privater Internetanschlüsse. Zwischen beiden Ländern ist Deutschland zu nennen mit einem Internetanteil von knapp einem Drittel der privaten Haushalte. Den höchsten Anteil mit über 50% hat Schweden. Die Bedeutung dieser Tatsachen darf nicht unterschätzt werden, zeigt sich hierin doch, dass sich etwa zwei Drittel der privaten Haushalte in ausgewählten hoch industrialisierten Ländern nicht an interkultureller Kommunikation via Internet beteiligen. Dem entgegen steht ein Anteil von mehr als vier Fünfteln der Unternehmen mit Internetanschluss. Geht man weiterhin davon aus, dass die meisten Menschen in großen Firmen arbeiten, so könnte man - all diese Fakten zusammengekommen - versucht sein, trotzdem von einer vollständigen Internetversorgung zu sprechen, denn Fakt ist, dass (fast) jeder Mensch entweder über einen beruflich oder privat nutzbaren Internetzugang verfügen und damit an dieser hoch technisierten Form der interkulturellen Kommunikation teilhaben kann.

Mag diese Möglichkeit für hoch entwickelte Länder wie die USA, viele europäische und einige asiatische Länder bestehen, so bleibt die Frage der tatsächlichen quantitativen wie qualitativen Nutzung ebenso offen wie die Frage der tatsächlichen Partner interkultureller Kommunikation via Internet. Für Frankreich hat die zitierte Studie ergeben, dass gerade die beruflichen Nutzer auch privat Gebrauch machen vom Internet und dass die private Internetnutzung beschränkt ist auf die Schicht der Bildungsbürger unter 50 Jahren (aux catégories sociales supérieures, aux plus diplômés et aux moins de cinquante ans). Die größten Anwendergruppen sind Führungskräfte, Gymnasiasten, Studenten und Lehrer. 70% von ihnen nutzen das Netz gelegentlich bis häufig. Trotz geringen Einkommens nutzen Studenten das Internet am häufigsten, und ein Drittel von ihnen verfügt über einen privaten Anschluss. Mehr als drei Viertel der Haushalte mit einem monatlichen Einkommen unter 1.150 Euro und 70% der Frauen über 35 Jahre nutzen das Internet nicht. 18% der Frauen gegenüber 24% der Männer nutzen das Internet. Diese Situation wird mit kulturellen Gründen und einem Mangel an Informatikausbildung erklärt (les obstacles d'ordre culturel et le manque d'apprentissage informatique). Viele der Befragten sehen keinen Nutzen in der Internetanwendung bzw. geben an, ihnen seien die Kosten zu hoch. Hinzu kommt, dass keineswegs jeder Internetbenutzer sich aktiv an gezielter interkultureller Kommunikation beteiligt, für viele ist das Internet nicht mehr als ein Medium, mit dem das Arbeitspensum mehr oder weniger routiniert erledigt wird, und zwar mit arbeitstechnisch eingespielten Partnern. So stellt sich der faktische Nutzen des Internet oft als ein betriebs- und volkswirtschaftlicher Rationalisierungseffekt heraus. Das Internet als effizientes Arbeitsmittel im Austausch hoch zivilisierter Gesellschaften.

-5-

Wie aber steht es um den transkulturellen Nutzen des Internet im Sinne z.B. der Arbeit an Niveauangleichungen zwischen modernen Gesellschaften und etwa Schwellen- bzw. (früher) so genannten Entwicklungsländern? Denn eines ist sicher: Der humanitäre Nutzen des Netzes kann sich nicht erschöpfen in einem zusätzlichen Kommunikationsinstrument für bereits über alle sonstigen Kommunikationsmöglichkeiten verfügenden Länder. Also muss es darum gehen, die Internetnutzung weltweit auf eine breitestmögliche Basis zu stellen, was heißt: Ausstattung, Ausbildung, Austausch. Volkswirtschaftlich bedeutet das Investition in eine Welt, in der potentiell jeder an grenzenloser interkultureller Kommunikation teilhaben kann. Wer aber je andere als westliche Kulturkonzepte kennen gelernt hat, wird an dieser Stelle eine Erwägung anstellen, die ich umschreiben möchte mit dem Begriff des Neokolonialismus mit anderen Mitteln. Die weltweite Verbreitung und Nutzung des Internet zu Zwecken interkultureller Kommunikation kann nämlich durchaus als genuin westliches Konzept mit entsprechendem Ideologiehintergrund verstanden und - abgelehnt werden. Aus guten Gründen und völlig unideologisch z.B. in Ländern mit noch lebendiger Mündlichkeit in der Wissensvermittlung. Werden beispielsweise Länder in eine völlig veränderte Gegenwart geradezu hineinkatapultiert, so kann kein besonderer Eifer, den Anschluss zu finden, vorausgesetzt werden. Es geht auch um die Wahrung bedrohter eigener Werte. Dass aber gerade die Gründer des Internet auf wirkliche Begegnung und Austausch von Ideen und Wissen zielen und explizit keine neokolonialistischen Zwecke verfolgen, kann wiederum nur durch gelebte interkulturelle Kommunikation im oben beschriebenen Sinn glaubhaft

verdeutlicht werden. Hier heißt denn das Motto: Zu interkultureller Kommunikation durch interkulturelle Kommunikation. Lange und bis in unsere Zeit mündlich geprägte Kulturen funktionieren heute nicht mehr rein mündlich. Die Vorzüge der Mündlichkeit sollen nicht genommen, sondern ihnen sollen Vorzüge grenzenlos und schnell verbreitbarer Bild-Schriftlichkeit zur Seite gestellt werden. Hierzu ist Überzeugungsarbeit erforderlich. Es darf nicht verwundern, wenn dieser Überzeugungsarbeit Skepsis begegnet, Skepsis gegenüber jenen, von denen nicht nur Gutes gekommen ist. Hier kann nur die dauerhaft konstruktive und friedfertige interkulturelle Kommunikation der stete Tropfen sein, der den Stein höhlt.

-6-

6 Speed, speed, speed: Beschleunigter Wissensaustausch

Historisch ist interkulturelle Kommunikation im besten Fall gelingende menschliche Begegnung im direkten Miteinander und Gegenüber gewesen. Diese direkte Kommunikation ist so erwünscht wie wenig selbstverständlich gewesen. Was nämlich, wenn interkulturelle Kommunikation angestrebt, die Kommunikationspartner aber mitunter Tausende von Kilometern voneinander entfernt gewesen sind? Diese Situation bedingte vor der Zeit des Internet den schriftlichen Austausch, oder für kürzere Informationen seit noch nicht allzu langer Zeit den telefonischen Austausch. Ausführlicher telefonischer Austausch verursacht sehr hohe Kosten, das Mittel der Wahl für ausführlichen Wissensaustausch ist daher bis zum Internet die Schriftlichkeit mit ihren bekannt langen Wegen der Informationsübertragung gewesen. Spätestens hier wird ein weiterer Aspekt der immensen Beschleunigung des Wissensaustausches durch das Internet deutlich: Ist der Zugang gesichert, dann verkürzt sich der Informationsweg drastisch, die Übertragungszeit für die Information geht gegen Null. Allein dieser Umstand schafft ungeahnte Möglichkeiten für die interkulturelle Kommunikation. Wo diese früher durch die lange Wartezeit der Zustellung förmlich unterbrochen war, kann heute die Kommunikation zwar unkörperlich-technisch, aber zeitlich direkt geführt werden. Dies schafft Vorteile für informationsbasierte Kommunikation im privaten wie im beruflichen, letztlich im gesamtgesellschaftlichen Bereich. Man denke hier nur an die private menschliche Kommunikation mit Wissensaustausch, man denke an die jetzt wirklich grenzenlosen und multilateralen Möglichkeiten des Schüleraustausches, man denke nicht zuletzt an produktionserleichternden und -beschleunigenden Austausch im Arbeitsalltag und schließlich an die Möglichkeiten der Wissenschaftskommunikation mittels z.B. video-conferencing und Datenaustausch. Der Vorteil und die immensen Chancen und Möglichkeiten für die interkulturelle Kommunikation durch Nutzung des Internet liegen also auf der Hand: ein weiteres Medium der Verständigungsmöglichkeit, die Beschleunigung und Flexibilisierung des Wissensaustauschs und der volkswirtschaftliche Nutzen. Alle Vorteile und Chancen lassen sich bündeln in der Idee des humanitären Fortschritts, der mit dem Internet in der interkulturellen Kommunikation erreicht werden kann.

7 Ein Bildschirm ist kein Buch, oder: Von der besonderen, längst vergessenen Ästhetik des Buches

Es gilt indessen in unserem thematischen Zusammenhang eine Eigenheit in der

Präsentationsform des Wissens im Internet im Auge zu behalten. Internetkommunikation ist körperlich primär an die so genannte Hardware und hierbei an den Monitor, den Bildschirm, gebunden. Erst in zweiter Linie - und quantitativ markant zurückstehend - erscheint Internetinformation in gedruckter Form. Die Information erscheint also zunächst einmal auf dem Bildschirm und nicht wie früher als geschriebene Information auf einem Blatt oder in Buchform. Rufen wir nun eine Information im Internet ab, die an Buchlänge grenzt, so bleiben zwei Möglichkeiten der Aufnahme der Information. Entweder druckt sich der Nutzer eine Art eigenes Buch aus, oder er nimmt die Information am Bildschirm auf. Beide Möglichkeiten befriedigen nicht. Das selbst ausgedruckte Buch ist eine Ansammlung von Blättern und kein wirkliches Buch, das man wie ein solches in Händen halten kann, und für die Informationsbearbeitung vieler Seiten ist der Bildschirm einfach nicht gemacht. Das Auge ermüdet rascher als beim Lesen eines Buches, Bildschirmlesen, so hat sich gezeigt, kommt dem Buchlesen weder in der persönlichen Leseempfindung noch im qualitativen Leseergebnis gleich. Diese Tatsache ist den Gestaltern von Internetseiten natürlich nicht verborgen geblieben. Und so hat sich die Internetseite von der Textseite des Buches zwischenzeitlich weit entfernt. Betrachten wir das Verhältnis zwischen Bild und Wort im Netz und Bild und Wort in traditioneller Schriftlichkeit, also dem Buch, kurz etwas näher. Für das Buch ist eine Wortdominanz augenfällig und unbestreitbar, vielleicht einmal abgesehen vom Schulbuch, welches den lernenden Leser durch viele dem Text beigegebene Bilder von Schuljahr zu Schuljahr zur Aufnahme von überwiegend textlicher Information führt. So wird der geschulte Leser am Ende seiner schulischen Ausbildung ein versierter Textleser sein. Ein solcher muss er auch sein, wenn er studieren will, sind doch die meisten Studienbücher rein textflächig angelegt. Hier bietet die Internetinformation eine interessante Entdeckung. Die Bildschirminformation orientiert sich, aus welchen Gründen auch immer, eher an der Seitengestaltung des Schulbuchs für die unteren Jahrgangsstufen wie übrigens auch der Publikumszeitschriften als an der Seitengestaltung des Studienbuches. Der immense Erfolg der Internetseiten spricht da Bände. Inhaltlich und gestalterisch bedeutet dies, wie bereits angedeutet, dass der Anteil des Textes an einer Seite abnimmt, wohingegen der Bildanteil zunimmt. Hierdurch kommt der Bildinformation und dem kommunikativen Handeln mit und über Bilder kontinuierlich eine immer größere Bedeutung zu.

8 Internet: Zum Beispiel Startseiten

Natürlich spielt die ästhetische Gestaltung der Bilder und Internetseiten eine entscheidende Rolle. Und schließlich hat die Bildende Kunst ebenso wie die Kunstdidaktik das Internet als Ausdrucksform für sich entdeckt. Und so gilt es zunächst zu unterscheiden zwischen der Abbildung und Wiedergabe von Kunstwerken im Internet, deren substantielle Existenz außerhalb des Internet liegt, einerseits und genuiner Internetkunst andererseits.

„Den mit Abstand größten Teil aller Seiten im Netz, die mit Kunst zu tun haben, machen ... jene aus, die der Präsentation, dem Verkauf oder der ideellen Vermittlung von Werken dienen, die in anderen, oft auch nichtdigitalen Medien geschaffen wurden. Nicht nur viele Künstler und fast jede Künstlerorganisation, sondern auch die meisten Galerien, die Fachzeitschriften und annähernd alle

Museen sind mit eigenen Seiten auf dem Netz präsent.“ (Reinhard Storz, Samuel Herzog: Und ständig die Frage: Ist es denn Kunst? *Neue Zürcher Zeitung*, 9.6.2001, S. 53)

Dieser im Internet repräsentierten Kunst „steht eine verhältnismäßig kleine Menge von Projekten gegenüber, die ausschließlich für das World Wide Web entworfen sind, die von den spezifischen Charakteristika des WWW ausgehen und nur oder zumindest hauptsächlich auf dem Netz existieren.“ (Ebenda S. 53)

Der Maler Giotto soll einer Anekdote zufolge durch Bilder Cimabues, die ihm nicht mehr aus dem Kopf gingen, und nicht etwa durch die Natur zu künstlerischem Schaffen angeregt worden sein. So darf mit berechtigter Erwartung auch das im Internet abgebildete wie das im Netz entstandene künstlerische Bild als Auslöser künstlerischen Schaffensdranges angesehen werden. Analog zu Giottos Beispiel kann auch am Internetbild schöpferische Kraft wachsen und sich zu eigenen und neuen Ausdrucksformen entwickeln. Bevor wir uns aber diesem neuen Aspekt des Internet und der Internetkunst selbst zuwenden, wollen wir den Aufbau einiger Internetseiten beleuchten. Dabei fällt als Erstes auf, wie sehr die zeitgenössischen Startseiten der Homepages bereits standardisiert erscheinen, obwohl dazu kein unmittelbarer äußerer Anlass bzw. kein Regulierungshintergrund besteht. Ziel einer erfolgsorientierten Startseite ist ihre gefällige Erscheinung, verbunden mit einer dauerhaft angenehmen Anmutung für den Betrachter. Blickfang, neudeutsch eye-catcher, ist dabei entweder ein für ein möglichst breites Publikum interessantes Bild oder eine auffällige graphische Aufmachung. Die „gute Form“ der Internetstartseite gilt dann als erreicht, wenn die Seite ruhig und ausgewogen wirkt und der Besucher den Informationen der Seite folgt bis hin zu Folgeseiten, die über kleine Verweisflächen (Links) angesteuert werden können. Es war zu erwarten, dass sich Internetstartseiten je nach dem Publikum, das mit ihnen angesprochen werden soll, äußerst unterschiedlich präsentieren, sozusagen von schrill bis seriös. Die gesamte Bandbreite an Möglichkeiten wurde, abgesehen von einigen zwischenzeitlich überarbeiteten Seiten, kaum gewählt. Was auffällt, ist eine Verschiedenheit in der Menge der Information auf der Startseite. So präsentieren sich z.B. Universitäten (s. www.uni-muenchen.de) gewöhnlich mit einer Fotografie des Hauptgebäudes o.Ä., um die herum die wichtigsten Einrichtungen stichwortartig oder über Symbole als Seitenverweise angeordnet sind. Ansonsten bleibt die Seitenfläche frei, um so Großzügigkeit, Übersicht(lichkeit) und Konzentration auf das Wesentliche auszustrahlen. Demgegenüber wählt z.B. eine Zeitung (s. www.nzz.ch) mit internationalem Anspruch eine mit Informationen prall gefüllte, aber dennoch anmutige Präsentation der Startseite. Eine Besonderheit bieten verschiedene Zeitungen, unter ihnen die *Neue Zürcher Zeitung*, die *Süddeutsche Zeitung*, *Le Figaro*, *Le Monde* insofern, als sie eine Art Doppelstartseite ins Netz stellen. Neben und unter dem Zeitungslogo finden sich Fotos vom aktuellen Tagesgeschehen, eine Auflistung der Rubriken, Schlagzeilen und Vorspanntexte zu den Zeitungsartikeln, Verweise auf ein Archiv und vieles mehr. Die für eine Bildschirmseite zu große Textfülle wird kurzerhand auf zwei Seiten verteilt, und zwar so, dass der Benutzer mit dem rechten, vertikalen Rollbalken den ersten Teil der Seite nach oben rollt und damit den zweiten Teil der Startseite sichtbar macht. Eine solche Seitengestaltung signalisiert Komplexität und Vollständigkeit der Informationsübermittlung. Als Ziel der Selbstdarstellung und Wahrnehmung einer renommierten international orientierten Tageszeitung auf den ersten Blick ist diese Präsentationsform eindeutig nachvollziehbar.

9 Kunst im Netz

Vergleichsweise nah an der Präsentationsweise der universitären Internetseiten sind die Kunst repräsentierenden Seiten vieler Museen. Die Seite www.museen.de ist eine Art Sammeladresse mit 3.400 Links zu mehr als 9.000 Museen und deren aktuellem Ausstellungsangebot. Für die Kunst und die Museen geworben wird nicht etwa mit einem langen erklärenden Text, sondern mit wenigen Sätzen und einer Verweisliste:

„Museen sind keineswegs langweilig und verstaubt, sondern bieten vielfältige und spannende Einblicke in unsere Kultur und deren Wurzeln. Diese Website verschafft Ihnen einen umfassenden Überblick zu den Museen und Ausstellungen im deutschsprachigen Raum: Mehr als 9000 Museumsadressen (+3400 Links), die aktuellen Ausstellungen dieser Museen. Auf Wunsch teilen wir Ihnen die Ausstellungen, die Sie besonders interessieren, einmal wöchentlich per E-Mail mit.“

Dies der Text von Juli 2001, wie folgt modifiziert im April 2002:

„Sie wollen oder dürfen keine wichtige Ausstellung in Ihrer Nähe oder zu Ihrem Fachgebiet verpassen? Lehnen Sie sich entspannt zurück! Die Redaktion wird Sie rechtzeitig gezielt informieren - vorausgesetzt, Sie teilen uns mit, für welche Themen in welcher Region Sie sich interessieren, und wie lange im voraus Sie Ihren Ausstellungsbesuch planen möchten. Kreuzen Sie einfach Ihre Wünsche an ... Wir melden uns einmal pro Woche (in der Regel freitags) mit den aktuellen Empfehlungen.“

Es schließen sich Hinweise an auf interdisziplinär angelegte Zeitschriften, die aktuelle Themenblöcke über Museen bieten, im Juli 2001 z.B. auf National Geographic und DAMALS, im April 2002 z.B. auf DAMALS mit einem Link auf eine tagesaktuelle Website Geschichte online (<http://www.damals.de>). In Englisch als Ausgangssprache mit Übersetzungslinks präsentiert sich das Museum Prado in Madrid (<http://museoprado.mcu.es>) und bietet die folgenden Links: official site, virtual visit, looking at a painting, cultural events, shopping on-line, useful information, virtual postcards (<http://museoprado.mcu.es/prado/html/ihome.html> [Der Link <http://museoprado.mcu.es/prado/html/ihome.html> existiert leider nicht mehr. Stand: 1. Januar 2004]), Topic: Art and Culture in Madrid, Spain, Additional relevant pages from this site. Auf Französisch firmiert die Seite des Museums Louvre in Paris. www.louvre.fr zeigt als Blickfang sein neues Symbol, die Glaspypyramide des Eingangs, und bietet seine Dienste auch auf Englisch, Spanisch und Japanisch an. Es finden sich die Rubriken Palais et Musées (Histoire, Collections, Visite virtuelle, Actualité), Activités (Expositions temporaires, Auditorium, Visites-conférences et ateliers) und Informations (Mode d'Emploi, Contacts, Publications et bases de données). Die Schlichtheit dieser Startseite ist beeindruckend angesichts der Bedeutung und des Angebots des Louvre. Eine Analyse des Internetangebots der meisten Museen zeigt eine klare Tendenz: Das Internet wird in erster Linie als Informationsplattform und kaum als wirkliche Kommunikationsplattform

angesehen.

-9-

Zum Vergleich dazu sei eine Internetseite herangezogen, die zwar ob ihrer Gestaltung und Kreativität mehrfach preisgekrönt, aber nicht auf museal-institutionellem Niveau angesiedelt ist. Sie nutzt - wie genuine Internetkunst (s.u.) - konsequent die Überwindung der Einwegkommunikation durch das Internet in ihrer Aufforderung an den Besucher der Plattform, mit dem Seitenbetreiber in Kontakt zu treten. Es handelt sich um die Seite des Sängers und Multimediakünstlers David Bowie (www.davidbowie.com):

„Join our Community! Join David Bowie and thousands of BowieNet members in an online community unlike any other. In addition to being a virtual backstage pass to the world of David Bowie, BowieNet is an active community where members share their own ideas, music, artwork, poetry and writing, and even contribute to cutting edge collaborative projects with David himself.“

Ein von Homepagebesuchern selbst entworfenes CD-Set („The Liveandwell CD: This amazing double CD set was designed by BowieNetters and is not available in stores“), eine eigene Radiostation („BowieRadio is here!!! Just launched in April 2001, BowieRadio is available to BowieNet Members 24 hours a day, 7 days a week“). Eine Einladung, mit dem Künstler und anderen Interessierten in Kontakt zu treten, das Selbstverständnis der Anwesenheit im Netz als Kommunikationsplattform, auf der die Mitglieder eigene Ideen, Musik, Kunst, Dichtung und Literatur austauschen und an Projekten des Künstlers selbst teilhaben können:

„Other BowieNet features include: Exclusive access to unreleased audio and video tracks, backstage footage, B-sides, rarities and live tracks, Personal journals and never before seen videos, photos and artwork, ongoing contest and giveaways featuring rare prizes, autographed memorabilia and opportunities to meet David Bowie, a Gallery area showcasing members artwork including original music, writing, photography and more, access to exclusive webcasts (watch David in the studio), chat with David Bowie and guests plus a customized 3D chat environment, community message boards and chat rooms (you never know who might drop in), 5 customized e-mail addresses (yourname@davidbowie.com) and 10M of personal web space, regularly featured links to cutting edge sites as reported by David Bowie and BowieNet members.“

Hier zeigt sich ein interaktives interkulturelles Kommunikationsverständnis mit einer Vielfalt an Aktionsmöglichkeiten für den Homepagebesucher im Internet, das für die interkulturelle Kommunikation von der Beteiligungsidee her richtungsweisend ist: Kommunikation, Austausch und gemeinsame Aktion statt Aufnahme vorbereiteter Information mit Anfragemöglichkeit.

10 Netzkunst

Die methodische und dauerhafte Einbindung des Kommunikationspartners in das individuelle wie gesellschaftliche Handeln wird bereits mittelfristig eine Erfolgsgarantie für interkulturelle Kommunikation im Internet sein. Einige bisher eher auf Information anderer spezialisierte Institutionen werden sich dem weltweiten Austausch öffnen nach der Erkenntnis: miteinander und voneinander lernen und vor allem: miteinander agieren.

-10-

Wenden wir uns jetzt der Frage zu, welche eigenen und neuen Ausdrucksformen Bildende Kunst im Internet ausgeprägt hat, und schließen wir unsere Betrachtung mit einigen Überlegungen ab, wie Bildende Kunst und das (Kunst-)Medium Internet interkulturelle Kommunikation bereichern können und was sie zur Gestaltung eines modernen und effizienten Fremdsprachenunterrichts beitragen können.

Für einen Einblick in zeitgenössische Bildende Kunst im Netz bieten sich dem Interessierten Übersichts- und Vermittlungsplattformen wie www.thing.net, www.turbulence.org, www.rhizome.org, www.desk.nl, www.xcult.org, www.centreimage.ch, einschlägige Kunstzeitschriften einschließlich ihrer Internetpräsenz geben Informationen über den gesamten Bereich Kunst, z.B. www.art-magazin.de, und www.kunstforum.de. Als ein jährliches Barometer der Tendenzen in der Kunst mit kosmopolitischer Ausrichtung gilt die Biennale von Venedig (www.labiennale.org). Das Kunstmagazin *art* konstatiert in seiner Ausgabe August 2001 für die Biennale 2001 „Große Auftritte für die klassischen Gattungen Malerei und Skulptur - und ein(en) Triumphzug der Videokunst“ (S. 11). Videokunst als technisch am Computer verfeinerte Filmkunst, präsentierbar im Kunstraum wie im Netz, kombinierbar mit künstlerischen Aktionen, gilt als das zeitgenössische Medium der Kunst schlechthin. Ein breites Spektrum an Inhalten und Formen dieser Video-Computer-Internet-Raum-Kunst tut sich vor dem physischen wie dem virtuellen Besucher auf:

„Installationen, Clips, Animationen, Inszenierungen und Dokumentararbeiten ... Das Medium scheint befreit vom Zwang, sich als künstlerische Ausdrucksform beweisen zu müssen. Alles geht: vom charmanten 16-Millimeter-Schwarzweißfilm ... bis hin zu den völlig überwältigenden High-Tech-Produkten des Briten Chris Cunningham ... Seine zwölfminütige Videoprojektion ... setzt Maßstäbe - und sprengt Gattungsgrenzen. Wie ein Bildhauer modelliert Cunningham seine Figuren. Wie ein Maler setzt er sie auf die Leinwand. Und wie ein Filmregisseur beschleunigt er ihre Bewegung, rhythmisiert die Bilder, organisiert die Zeit und fügt die Elemente zusammen.“ (*art* 8/2001, S. 22f.)

Tritt auf der Biennale Venedig, und das heißt im Vordergrund der Kunstszene, Internetkunst als Bestandteil multimedialen Kunstschaffens auf, bleibt noch zu beleuchten, welche Arten genuiner Internetkunstwerke seit dem Start dieses Kunstmediums 1995 entstanden sind. Da sind zu nennen zum einen in das Medium Internet übertragene Projektkunst mit politischen Stellungnahmen (vgl. die frühere engagierte Kunst) und dem wesentlichen Motiv größtmöglicher Distribution. Storz und Herzog heben in diesem Zusammenhang die Plattformen ‚De digitale Stad‘ (Amsterdam 1994) und ‚Internationale Stadt‘ (Berlin 1995) als vorbildlich hervor, „weil sie Realität nicht einfach abbilden, sondern durch Interaktion

transformieren wollten.“ (NZZ, 9.6.2001, S. 53) Zum anderen ist zu verweisen auf Projekte, die primär einem Interesse an Bildern entgegenkommen. Joan Heemskerk und Dirk Paesmans zeigten über www.jodi.org (inzwischen eingestellt) „die selbstreferenzielle Bildästhetik des Computers an der Schwelle zum Systemabsturz. Der bleibt allerdings nur Bildgeste. ... Aber der Wunsch, sich mit der Geste in die Realität einzumischen, auf die man zeigt, gehört zu den Eigenarten der frühen Netzkunst.“ (Ebenda S. 53)

-11-

Die Ausdrucksform genuiner Internetkunst, ihre Eigenschaften und Unterscheidungsmerkmale im Vergleich mit anderen Kunstformen umreißen Storz/Herzog als virtuell, einerseits ortlos und andererseits potentiell überall vorhanden, weiträumig kommunizierbar, als „jederzeit verfügbar und unverfügbar zugleich, ... prinzipiell veränderbar und unabgeschlossen“; die Rolle des schöpferischen Subjekts, des Urhebers sei nicht mehr von grundlegender Bedeutung, Internetprojekte seien oft das Ergebnis von Kollektiven; hervorstechend sei „die Möglichkeit, sich von einem Text oder Bild in einen ganz anderen Bereich zu ‚linken‘ und von dort wieder und wieder weiterzukommen“; darüber hinaus ergibt sich die Möglichkeit, „an dem Kunstwerk auf ganz verschiedene Weise aktiv teilzuhaben und mitzuwirken“; „bedingt durch die Digitalisierung ihrer Daten und durch das visuelle Interface des Computerbildschirms“ entmaterialisiere sich die Kunst und schließlich sei Internetkunst schlecht vermarktbare (nach Storz/Herzog, NZZ 9.6.2001, S. 53).

Internetkunst ist damit nichts umwälzend Neues, sondern eher eine Verschiebung und Erweiterung der Aktivitäten künstlerischen Ausdrucks im Rahmen der Möglichkeiten, die ein neues Medium wie das Netz bieten kann. Das Internet ist erst durch das Vorhandensein bildtauglicher Software (Web-Programme) seit 1995 zu einem Kunstmedium geworden. Dessen Eigenart begünstigt weniger die Schaffung klassischer Bildwerke als „Konzepte mit Kommunikations- und Interaktionsqualitäten“ (ebenda. S. 53). Dementsprechend stellt sich die Frage ihrer Ausstellbarkeit außerhalb des Internets.

11 Die (Kommunikations-)Karawane zieht weiter – und der Fremdsprachenunterricht zieht mit

Sind bereits allgemeine Grenzen der neuen Medien sichtbar geworden, so stellt sich erfahrenen Lehrenden die Frage nach den Grenzen von Multimedia im Fremdsprachenunterricht etwa im gleichen Atemzug wie die Frage nach den neuen Möglichkeiten durch Multimedia.

Wie Sprachenlernen mit Lernen und Wissen um Kulturen stets verbunden ist, so ist Fremdsprachenunterricht immer (schon) medial - nichts anderes signalisiert schließlich die Bezeichnung ‚Vermittlung‘. Das Vermittlungsinstrumentarium indessen hat sich mit Multimedia modernisiert und vergrößert.

Die kognitiv rezeptiven, die kognitiv handlungsbezogenen und die affektiven Komponenten, die mittels des Fremdsprachenunterrichts zur Befähigung zu dauerhaftem und vielfältigem Verständigungshandeln in und über Kulturen hinaus führen sollen, können durch Multimedia zumindest unterstützt werden. Die Ausführungen dieses Beitrages verdeutlichen hinsichtlich

des Potentials von Multimedia für bestimmte Bereiche des Fremdsprachenunterrichts dreierlei. Das Lehrangebot erhöht sich durch das Internet ganz erheblich. Höhere Quantität erfordert wiederum qualitative Entscheidungen bei Lehrenden und Lernenden hinsichtlich der aus einer unüberschaubaren Masse an Information auszuwählenden Lerngegenstände. Hierfür zu sensibilisieren und parallel Kriterien für die Auswahl geeigneter produktiver Inhalte zu entwickeln stellt eines der vordringlichen Desiderate dar. Zum Zweiten stellt sich via Mail, Chat und Videokonferenz medial vermittelte „Direkt“-Kommunikation im Unterricht ein - eine Kommunikationsform, die der face-to-face-Kommunikation, der Alltagsbegegnung doch recht nahe kommt. Weitaus näher jedenfalls als die immer wieder zu Recht beklagte Künstlichkeit und Lebensferne der traditionellen Lehrer-Schüler-Begegnung im Unterricht. Schließlich, aber nicht zuletzt: Ein Fremdsprachenunterricht, der sich von fast ausschließlicher Grammatikvermittlung über audiovisuelles Lernen hin zu den unterschiedlichsten Ausprägungen kommunikativer Begegnung entwickelt hat, kann dank des Datenspeichers Internet und des „Ästhetikspeichers“ Bildende Kunst Fremdsprachenlernen flexibel individualisiert mit mehr und differenzierteren Wissensinhalten beleben und dies nicht zuletzt in ästhetisierter Form.

-12-

Internet kann damit beitragen zu adäquatem kognitiven Lernen (Aneignung von Wissen), zu stärkerer emotionaler Beteiligung während des Spracherwerbs (Ausbildung von stärkerem persönlichem Interesse durch individualisierbare Lehr-/Lerngegenstände, erhöhtes persönliches Austauschpotential, Verbreiterung des persönlichen Vorstellungs- und ganz generell des Visualisierungsvermögens) und zu klarer Handlungsorientierung im Unterricht und über diesen hinaus sowie, wegen der großen Nähe zur persönlichen Kommunikation, zur Einübung prozeduraler Abläufe in Antizipation späterer interkultureller Begegnung (Erweiterung der Fähigkeit zu Wissensselektion, Wissenstransfer etc.).

Tröstlich angesichts der Unkenrufe, wir seien schon in der Baisse von Multimedia: Das Internet machen überwiegend diejenigen für den Fremdsprachenunterricht nutzbar, die sich auch bisher schon um den Fremdsprachenunterricht bemüht haben. Dass dabei mitunter Lehrgeld bezahlt wird, sollte den Blick nicht verstellen auf das mittelfristig zu erwartende Ergebnis. Auch im Internetlernen wird sich die Spreu vom Weizen trennen, und auf Dauer wird sich ein spezifischer Nutzen des Internet für das Fremdsprachenlernen zumindest in Form individualisierteren Lernens auf ungleich höherer Materialbasis als vordem zeigen.

12 Mehrwert Internet, Mehrwert Kunst – Herausforderung für den Fremdsprachenunterricht

Fassen wir zusammen. Bilder dominieren das Internet, Bilder der Bildenden Kunst ästhetisieren das Internet, Texte verlieren im Internet ihre in der traditionellen Buchform dominierende Rolle. Eine Synthese aus informierenden, illustrierenden, ästhetischen Bildern und auf Kernaussagen einschließlich der notwendigen Differenzierungen hin bearbeitete Texte können und werden im Internet eine neue, konzentrierte Kommunikationsform bilden, die in ihrer Information prägnant und in ihrem Erscheinen ästhetisch ansprechend ist. Dienlich ist

diese Form der Kommunikation für die interkulturelle Kommunikation, wie wir darlegen konnten, in vielfacher Hinsicht. Ihre hervorstechendsten Leistungen werden sein: eine Ästhetisierung der Kommunikation, ihre höhere Prägnanz, ihre Flexibilität und ihre Geschwindigkeit, die die frühere Kommunikationsunterbrechung durch Übertragungszeiten und Zustellungszeiten überwindet. Bis die interkulturelle Kommunikation aber von den Vorzügen des Internet im alltäglichen menschlichen Verständigungshandeln auf breiter Basis profitieren kann, sind noch einige Steine aus dem Weg (und aus manchen Köpfen) zu räumen. Und: Das Internet soll nicht an die Stelle direkter interkultureller Kommunikation treten, sondern ergänzend dort Kommunikation ermöglichen, wo sie bisher wegen der räumlich-zeitlichen Distanz nicht direkt möglich war. Das Internet ist der Mehrwert an interkultureller Kommunikation, keinesfalls der Ersatz persönlicher Begegnung und Verständigung. Die Erwartungen, die sich mit der interkulturellen Kommunikation via Internet verbinden, sollten indes nicht zu hoch ansetzen, kommt doch interkulturelle Kommunikation immer nur dann zustande, wenn einzelne Menschen entscheiden, mit anderen in Kontakt zu treten. Deus ex machina kann das Internet nicht sein, auch wenn es als Medium die Kommunikations- und Interaktionsqualitäten nachhaltig unterstützt. Und Bildende Kunst im Netz bereichert interkulturelle Kommunikation, wie Kunst immer schon das menschliche Miteinander bereichert hat. Das Internet bietet ein weiteres, ergänzendes, ästhetisch inspiriertes Spektrum an Möglichkeiten und Chancen in der interkulturellen Kommunikation und in einem zukunftsorientierten transnationalen und transkulturellen Fremdsprachenunterricht - ohne sich als (falsche) Alternative zum persönlichen Austausch von Angesicht zu Angesicht zu verstehen.

Copyright © 2002 *Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht*

| |
|---|
| <p>Wormer, Jörg. (2002). Kommunikation, Internet, Bildende Kunst und Fremdsprachenunterricht - eine Momentaufnahme. <i>Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht</i> [Online], 7(1), 12 pp. Available: http://www.spz.tu-darmstadt.de/projekt_ejournal/jg_07_1/beitrag/wormer1.htm</p> |
|---|

[Zurück zur [Leitseite](#) der Nummer im Archiv]